

Om Årets Byrå 2009 – Frågor och Svar

Årets Byrå 2009 – med reservation för utveckling och ändringar

För tionde året i rad genomför konsult- och analysföretaget Regi sin årliga studie av kommunikationsbranschen. Här finner du några av de vanligaste frågorna och svaren kring projektet.

Vad är Årets Byrå 2009?

Årets Byrå är en branschstudie från Regi som bland annat kartlägger hur nöjda Sveriges största kommunikationsköpare är med sina byråer och vad som är avgörande vid inköp av kommunikationstjänster. Branschstudien är den största i sitt slag och har kommit att bli tongivande på den svenska marknaden.

Vad är fördelarna med branschstudien?

De byråer som ingår i studien har möjlighet att beställa en rapport där man väljer att jämföra (s k **benchmarking**) sitt eget resultat i NKI delen (Nöjd Kund Index) med upp till fem andra byråer. Byråerna för benchmarking väljs från **referenslistan**, som är en bruttolista på samtliga byråer som kvalificerat till branschundersökningen. Se **kvalificeringskrav** nedan. Referenslistan fastställs när studien avslutats och kommuniceras i media samt på Regis hemsida. Rapportbeställare meddelas via e-post. Förutom benchmarking innehåller rapporten en omfattande branschanalys, som redogör för hela kommunikationsbranschens trender och tendenser. Utifrån de tio **byrådisciplinerna** sammanställer vi specifika analyser, t ex får Mediebyråerna en egen analys för disciplinen Mediebyråer.

Hur får jag reda på resultatet?

Utvalda delar av resultatet i branschstudien samt vinnarna presenteras på en gala och vid seminarier i början av 2010 samt via Regis mediepartners. Resultatet i sin helhet samt beslutsunderlag kan även beställas i rapportform av de enskilda byråerna som ingår i studien.

Vad får jag reda på i rapporten?

Rapporten möjliggör bland annat en jämförelse av resultat med de största kommunikationsbyråerna i Sverige. I rapporten ingår redovisning av öppna kommentarer och förslag på förbättringsområden från de kunder som byrån arbetat med under det gångna året. Den innehåller dessutom en historisk jämförelse av hur den egna byrån har presterat under de senaste åren (gäller under förutsättning att byrån uppfyllt tidigare års urvalskriterier). För en mer detaljerad redovisning av rapportens innehåll samt nyheter för i år, **kontakta Sven-Erik Ån tel 0709 103 100**.

Vilka byråer deltar i studien?

För studien Årets Byrå 2008 ingick de 120 största svenska byråerna inom olika discipliner. Du kan se en lista över byråerna på http://www.aretsbyra.se/?page_id=16. Referenslistan för 2009 fastställs när studien avslutats och kommuniceras i media samt på Regis hemsida.

Måste byråerna betala för att ingå i studien?

Nej, det finns inga som helst krav eller koppling till köp. Vi undersöker de byråer som uppfyller våra urvalskriterier. Dessa byråer erbjuds därefter att köpa rapporter och analystjänster från Regi men detta är alltså valfritt.

Hur bestäms byråns tillhörighet till en viss byrådisciplin?

Det är kunderna som betygsätter byrån utifrån de tjänster de har köpt in under det senaste året som avgör i vilken kommunikationsdisciplin byrån placeras i.

Vilka byrådiscipliner ingår i Årets Byrå 2009?

Tio byrådiscipliner ingår i Årets Byrå 2009:

- Action Marketingbyråer
- DM/RM-byråer
- Designbyråer
- Digitala byråer
- Event Marketingbyråer
- Mediebyråer
- PR-byråer
- Reklambyråer – Medelstora byråer (byråintäkt mellan 8 och 25 mkr)
- Reklambyråer – Stora byråer (byråintäkt över 25 mkr)

Kan en byrå tävla i flera olika byrådiscipliner?

I de fall där byrån består av flera olika bolag eller fristående affärsdivisioner kan byrån komma att tävla i olika byrådiscipliner.

Övriga krav, som att byråns olika bolag/affärsdivisioner måste få minst 8 bedömningar och ha minst tio kunder i varje byrådisciplin måste också uppfyllas. I princip har de olika organisationerna möjlighet att utvärdera sina respektive verksamheter genom att ta del av varsin Regi rapport.

Hur genomförs studien?

Projektet påbörjas redan innan sommaren. I det första skedet genomför Regi ett researcharbete där vi kartlägger den samlade svenska marknadsförings- och kommunikationsmarknaden. Insamlingen av kund- och byråuppgifter påbörjas i september. Enkätundersökningen hos byråernas kunder genomförs huvudsakligen under oktober månad. Denna kompletteras med uppföljande intervjuer per telefon under november månad, vilket både säkerställer en hög kvalitetsnivå och möjliggör en bra svarsfrekvens. Återkoppling, kontroll och analys av resultaten görs under december och januari 2009.

Kan kunderna vara anonyma?

Respondenterna, det vill säga byråernas kunder, garanteras fullständig anonymitet och svaren kan inte härledas till enskilda respondenter. De kommentarer som lämnas redovisas endast i sin helhet för de byråer som väljer att beställa en rapport av Regi.

Hur sker urvalet?

Bruttourvalet av respondenter består av ett register som innehåller närmare 3 500 respondenter, dvs. marknadschefer, produkt- och varumärkesansvariga, informations- och IR-chefer samt verkställande direktörer på de största företagen inom privat och offentlig sektor. Endast personer, med kännedom om uppdraget, som är eller under det senaste året har varit kunder hos respektive byrå har möjlighet att betygsätta samarbetet.

Varför samlar ni in kundlistor?

Regis målsättning är att uppnå högsta möjliga svarsfrekvens både på totalresultatet och för varje enskild byrå - sett utifrån byråns största kunder. Därför kompletterar vi vårt bruttourval med kundlistor från byråerna. Syftet är att kunna tala med de kunder som byrån operativt samarbetat med. De byråer som vi inte får in tillräckligt underlag från kommer inte att redovisas i slutrankingen.

Hur gör vi för att få in byråernas kundlistor?

Vi kompletterar som föregående år grundurvalet med kundlistor från de byråer som förväntas ingå i rankingen. Kompletteringen sker genom att varje enskild byrå förser oss med uppgifter om deras största kunder. Vi samlar således in uppgifter om de kunder där byrån minst har en viss byråintäkt per år, oavsett om det är svenska eller internationella kunder. Vi söker uppgifter om kontaktperson, befattning, telefon och e-post samt byråtillhörighet.

Kontrollerar Regi de inlämnade kundlistorna?

Varje byrå ansvarar för och garanterar riktigheten i sina kundlistor. Stickprovskontroller kommer att genomföras i syfte att granska de uppgifter som skickats in av byråerna, och att de är korrekta.

Kontrollerar REGI inkomna svar?

Regi validerar de inkomna svaren genom att vi kontrollerar svar som kraftigt avviker från normalfördelningskurvan för den aktuella byrån. Kontroller av tävlingsvärdet (NKI-medel) för varje enskild byrå görs också genom att resultatet samkörs med andra frågevariabler i undersökningen. Kompletterande telefonintervjuer hjälper oss att validera eller korrigera resultaten. Skulle uppgifter visa sig vara felaktiga, korrigeras dessa och det kan också i värsta fall medföra att byråns resultat i sin helhet elimineras.

Vilka kriterier måste vara uppfyllda för att byrån ska få vara med?

För att ingå bland de rankade byråerna i Årets Byrå 2009 måste följande kriterier vara uppfyllda:

- Byrån måste ha arbetat med **minst tio kunder** under 2009.
- Byrån måste få **minst 8 bedömningar**, men antalet intervjuade kunder måste vara i relevans till byråns storlek. Ju större byrå, desto fler bedömningar.
- **Reklambyråer - Stora byråer** måste ha en faktisk byråintäkt som överstiger 25 miljoner under 2009. Varje kund måste ha genererat en byråintäkt för 2008, eller prognostiserad 2009, på minst 400 tkr.
- **Reklambyråer - Medelstora byråer** måste ha en faktisk byråintäkt om minst 8 miljoner under 2008. Varje kund måste ha genererat en byråintäkt för 2008, eller prognostiserad 2009, på minst 280 tkr.
- **PR-byråer** måste ha en faktisk byråintäkt om minst 8 miljoner under 2008. Varje kund måste ha genererat en byråintäkt för 2008, eller prognostiserad 2009, på minst 280 tkr.
- **Varumärkesbyråer** måste ha en faktisk byråintäkt om minst 8 miljoner under 2008. Varje kund måste ha genererat en byråintäkt för 2008, eller prognostiserad 2009, på minst 280 tkr.
- **Digitala byråer, Action Marketing-, DM/RM- och Event Marketingbyråer** måste ha en faktisk byråintäkt om minst 7 miljoner under 2008. Varje kund måste ha genererat en byråintäkt för 2008, eller prognostiserad 2009, på minst 280 tkr.
- **Designbyråer** – måste ha en faktisk byråintäkt om minst 7 miljoner under 2008. Varje kund måste ha genererat en byråintäkt för 2008, eller prognostiserad 2009, på minst 280 tkr.
- **Mediebyråer** – måste ha en faktisk byråintäkt om minst 7 miljoner under 2008 eller en prognostiserad byråintäkt om minst 7 miljoner 2009.

Vilka byråer ingår i Årets Byrå?

Det går inte att "anmäla sig" till Årets Byrå, ingen av de byråer som ingår i referensgruppen har själva anmält att de vill ingå i studien.

Regi genomför branschstudien på eget initiativ och inkluderar alltså de byråer som uppfyller kraven på föregående sida. För att i större grad kunna säkerställa resultatet för varje enskild byrå, kompletterar REGI sitt befintliga urval med kundurval från varje enskild byrå. I samband med detta uppstår en form av anmälningsförfarande där byrån förpliktar sig att uppmärksamma de regler som gäller för ett s.k kompletterande urval.

Hur får jag använda resultatet från Årets Byrå?

Om du som byrå väljer att komplettera ditt urval med egna kunduppgifter, vilket rekommenderas, uppstår ett s.k anmälningsförfarande. Det kostar ingenting för dig som byrå att komplettera urvalsuppgifter, däremot förpliktar ni Er till att följa de regler hur byrå får använda sig av varumärket Årets Byrå och hur man får referera till undersökningen i kommunikation mot tredje part. Dessa regler hittar du här: <http://www.aretsbyra.se/pdf/regler09.pdf>

Vilka kunder kan betygsätta byrån?

Det är beställaren av uppdraget som också ska bedöma byrån i fråga, men i vissa fall kanske inte beställaren av uppdraget haft den kontakt med byrån som krävs eller avböjer att göra en operativ bedömning av byråns prestation. Ett stort företag kan utgöra flera konton för byrån. Uppdragsgivaren måste uppfylla de krav på omsättning i fakturerat byråarvode, vilket också innebär att man agerat beställare under året. Antalet reklaminköpande kunder från ett och samma bolag får inte utgöra mer än 30 % av respondenterna för byrån, vilket kontrolleras när studien är klar. Pro bono uppdrag räknas ej.

Tillämpar ni sekretess?

Vi tillämpar strikt sekretess i behandlingen av samtliga kunduppgifter och undertecknar självfallet ett sekretessavtal i de fall byrån önskar detta. Uppgifterna används endast för detta ändamål och används inte på något annat sätt. För de byråer som anser att anonymiteten är så pass viktig att man inte vill lämna ut uppgifter av principiella och avtalsmässiga skäl, föreslår vi att byrån i så fall meddelar sina kunder att Regi har för avsikt att genomföra en kundundersökning och att kunduppgifterna används enbart för detta ändamål och inte används på något annat sätt. Kunderna kan sedan själv välja sitt samtycke eller välja att avstå.

Vad innehåller branschstudien?

Branschstudien består av en kundundersökning (Nöjd Kund Index = NKI) samt av flera delstudier, dessa genomförs dock helt oberoende av kundundersökningen. I kundundersökningen, NKI, som ligger till grund för utnämningen av Årets Byrå 2009 utvärderas kunderna utifrån ett antal förbestämda parametrar hur nöjda de är med den byrå inom kommunikationssegmentet som de har arbetat med under det gångna året.

Vilka frågor ingår i branschstudien?

Samtliga kriterier som utgör grunden i nöjdhetsindex bedöms på en tiogradig skala. Samma kriterier gäller oavsett vilken disciplin byrån tillhör men den förklarande texten är olika beroende på byrån. Resultatet redovisas dels för sig, och dels i form av ett totalt viktat medelvärde.

De kriterier som ligger till grund för och mäts i Årets Byrås NKI är följande:

- **Proaktivitet**
- **Kunskaper om kommunikation och mediekanaler**
- **Varumärkeskunskap**
- **Kunskap om kundens marknad**
- **Strategisk kompetens**
- **Förhandling (endast mediebyråer)**
- **Kreativitet**
- **Projektledningsförmåga**
- **Produktionsledningsförmåga**
- **Engagemang**
- **Skriftlig förmåga**
- **Analytisk förmåga**
- **Leveranssäkerheten**
- **Administrativa rutiner**
- **Affärsnytta**
- **Prisvärdhet**

Vad presenteras i media?

Valda delar av branschstudien sammanställs och presenteras på projektets kampanjsida samt via Regis mediepartners för projektet.

När presenteras resultatet?

Delar av resultatet för Årets Byrå 2009 presenteras i samband med en gala för kommunikationsbranschen den 23:e februari 2010 samt vid seminarietillfällen.

Leverans av det byråspecifika resultatet i de beställda rapporterna sker från och med februari 2010.

Hittade du inte svaret på din fråga?

Kontakta gärna oss för ytterligare information.

Robert Skölfman, VD på Regi

Tfn: 08-545 612 81. E-post: robert.skolfman@regi.se

Ylva Gnosse, projektledare Årets Byrå

Tfn: 08-545 612 89. Mobil: 070 286 33 44. E-post: ylva.gnosse@regi.se

Sven-Erik Ån, säljansvarig Årets Byrå

Tfn: 08-545 612 83. Mobil: 070 910 31 00. E-post: sven-erik.an@regi.se